

Publiradio.net: aplicatiu per a la creació de publicitat radiofònica en el marc de l'EEES

Armand Balsebre

José María Ricarte, Juan José Perona, Mariluz Barbeito i Anna Fajula

Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

Resum

L'experiència d'innovació docent que es presenta a continuació és el resultat de quatre anys de treball que el grup Publiradio, del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat, ha dedicat a idear, dissenyar i posar en funcionament una plataforma en línia (Publiradio.net) per a la creació de publicitat radiofònica. En el marc de la nova cultura docent derivada de la implantació dels crèdits ECTS, Publiradio.net es revela com a una eina de suport a l'ensenyament presencial destinada, sobretot, a fomentar el treball autònom dels estudiants, tant a nivell individual com en grup, al mateix temps que s'erigeix com una web amb vocació de convertir-se en un instrument de referència dins l'educació en comunicació audiovisual i publicitat.

Àmbit general d'interès de la innovació

Si la ràdio s'ha revelat històricament com un poderós instrument per facilitar l'aprenentatge dins i fora de l'aula (Artega, C. et al., 2004, Perona, J.J., 2001), Publiradio.net és una eina pedagògica inèdita, no només per la seva funció en el marc de la «ciberdocència», sinó també pel conjunt de continguts que ofereix. En l'actualitat no existeix cap altra plataforma docent que aglutini en un mateix espai tots els aspectes relacionats amb la publicitat radiofònica.

Publiradio.net és una web oberta a qualsevol persona interessada en aquesta matèria, en tant que l'accés a la totalitat dels seus continguts és completament lliure. No obstant això, es tracta d'un projecte especialment concebut per a l'assignatura Teoria i Tècnica del Llenguatge Radiofònic (del primer semestre del segon curs) de la titulació de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB. A més, donat el seu caire transversal, tot allò que es tracta també és molt vàlid per a les matèries de creativitat publicitària, així com per a la resta assignatures de ràdio que formen part dels plans d'estudi de les titulacions de Comunicació.

1. Objectius

Des de l'any 2003, el grup d'investigació Publradio ha estat treballant en el desenvolupament d'una eina docent en línia que actués com a complement formatiu a les assignatures de ràdio publicitària de la llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques. El resultat d'aquest treball sistemàtic ha estat la creació de l'aplicatiu Publradio.net, que a partir del curs acadèmic 2006-2007 es va integrar de manera efectiva com a suport teoricopràctic dins de l'assignatura Teoria i Tècnica del Llenguatge Radiofònic, que s'imparteix durant el primer semestre del segon curs de la citada titulació.

En una primera fase, el grup es va ocupar de la creació de la plataforma virtual, definint-ne els apartats i els continguts principals. Una vegada que el projecte va veure la llum i Publradio.net va ocupar el seu lloc a Internet, Publradio es va proposar adequar el recurs virtual als requeriments més significatius resultants de la implantació de la nova metodologia docent (crèdits ECTS) derivada del procés d'adaptació dels ensenyaments universitaris a l'espai europeu d'educació superior (EEES). La posada en funcionament de l'aplicatiu va funcionar a mode de primer test en línia, de manera que es van poder detectar els punts forts i febles de la plataforma i conèixer, de manera significativa, els apartats que calia reforçar, complementar o millorar. Atès que l'aplicatiu és una eina viva i evolutiva que requereix una actualització i un manteniment constants, Publradio es va proposar optimitzar-ne l'ús com a instrument per a la creació de publicitat radiofònica per part dels alumnes de les assignatures de ràdio publicitària. Així, doncs, els objectius que ens vàrem marcar foren:

1.1. Objectius principals

1. Adequar la plataforma en línia Publradio.net per tal de potenciar el treball autònom dels alumnes i convertir-los en subjectes actius dins el seu procés d'aprenentatge.
2. Oferir als estudiants recursos didàctics útils que els permetin portar a terme de manera autònoma els diferents exercicis i pràctiques plantejats a les assignatures de ràdio publicitària, tant individualment com en grup.
3. Potenciar la creativitat i l'esperit crític dels estudiants, així com fomentar l'experimentació amb els diferents elements del llenguatge radiofònic (Balsebre, A., 1994, Gutiérrez i Perona, 2002), en el moment de concebre productes publicitaris radiofònics.
4. Obtenir un nivell d'aprenentatge i coneixement més intens de la creativitat i de la creació radiofònica entre els alumnes de la llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques.
5. Estimular en l'estudiant l'adquisició de les competències específiques més rellevants que defineixen les assignatures Ràdio Publicitària i Creativitat Publicitària. Entre aquestes competències destaquen:
 - Àmbit de l'autoaprenentatge: aprendre a aprendre. Saber gestionar el temps disponible mitjançant la planificació realista i funcional de la pròpia activitat. Desenvolupar les habilitats de treball, d'estudi i d'investigació tant individual-

ment com en grup. Ajudar l'estudiant en l'adquisició d'un criteri madur i professional a l'hora de seleccionar els diferents recursos que es posen al seu abast per a la seva formació. Saber avaluar productes publicitaris radiofònics.

- Àmbit artístic i de la creativitat: desenvolupar idees i conceptes adaptats a l'entorn radiofònic. Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu.
- Àmbit tecnològic: familiaritzar-se amb el programari informàtic que serveix de complement a la formació teòrica i amb el que permet tractar el so per a la producció de productes i continguts publicitaris radiofònics.
- Àmbit de la comunicació: ser capaç de persuadir. Redactar i verbalitzar les idees (locutar) de manera adequada. Ser capaç d'argumentar i justificar la idoneïtat de la peça elaborada.

1.2. Objectius secundaris

En aquest cas, es tracta d'objectius de caire més genèric i que ja es trobaven expressats de manera explícita en la idea que va animar Publradio a crear la plataforma d'innovació docent Publradio.net. Entre aquests objectius, destaquen:

1. Construir un aplicatiu original per a l'autoaprenentatge de la publicitat radiofònica, en congruència amb l'entorn digital dels estudis que gestiona la Facultat de Ciències de la Comunicació, que exigeix un nivell més gran d'interacció entre l'alumne i la màquina i entre l'alumne i el professor.
2. Introduir un nivell d'innovació inèdit en l'estructura tradicional analògica del procés d'aprenentatge teoricopràctic dels alumnes de la Facultat de Ciències de la Comunicació que cursen matèries relacionades amb la ràdio i la publicitat.
3. Detectar i incorporar, en sintonia amb la nova cultura docent derivada de la convergència europea, els recursos necessaris que assegurin l'assoliment dels objectius de formació, així com de l'adquisició dels coneixements i de les competències necessàries del titulat. En aquest sentit, entenem que cal formar els alumnes perquè puguin donar resposta a la innovació professional que, en el terreny de la publicitat radiofònica, es reclama per part d'anunciants, agències de publicitat i agències de mitjans, i neutralitzar, d'aquesta manera, la creixent pèrdua d'interès pel mitjà radiofònic (Balsebre, A. et al., 2006).
4. Ajudar a reduir el nivell de marginació que té la creativitat radiofònica dins l'univers publicitari.

2. Descripció del treball

Tal com hem comentat anteriorment, aquest projecte s'emmarca de manera significativa dins l'assignatura Teoria i Tècnica del Llenguatge Radiofònic, tot i que es perfila com un projecte útil per a totes les assignatures relacionades amb la ràdio i la creativitat.

Les principals activitats desenvolupades pel grup d'investigació i innovació docent Publradio han estat encaminades a construir una potent eina en línia per tal que els estu-

dients puguin discriminar entre els diferents recursos que es posen al seu abast i seleccionin, amb l'assessorament del professorat, els que són essencials en les diferents fases d'aprenentatge que s'estableixen en cadascuna de les assignatures. Així, entre d'altres accions, s'ha ordenat, per categories de coherència docent, segons els plans de formació, els materials que s'han anat incorporant a l'aplicatiu, per tal de facilitar el seguiment de les matèries en el marc d'una avaluació continuada.

Amb aquesta filosofia i amb l'objectiu de facilitar als estudiants recursos docents per a la seva formació, s'han construït els diferents apartats de Publliradio.net, una web en la qual destaquen els següents elements:

2.1. La fonoteca

S'ha dissenyat una base de dades de productes publicitaris radiofònics amb la incorporació de falques que es produeixen tant dins com fora de l'Estat espanyol i molt especialment als diferents països europeus, a partir d'una recerca documental i bibliogràfica sobre falques radiofòniques, en particular, i sobre publicitat radiofònica, en general. Dins la fonoteca els estudiants poden trobar les produccions publicitàries que destaquen especialment per la utilització que fan del valor expressiu dels components del llenguatge radiofònic o per l'estratègia creativa que presenten. En aquest apartat es poden trobar falques des de la dècada de 1940 fins a l'actualitat. Cadascuna de les peces incloses dins la fonoteca està identificada a través d'una fitxa tècnica i incorpora la possibilitat d'escoltar-la. L'apartat fonoteca actua com la biblioteca sonora de la plataforma i permet als estudiants accedir a exemples de productes publicitaris radiofònics. El mes de setembre de 2007 (data de finalització de la segona fase del projecte), aquest apartat comptava amb un total de 264 documents sonors.

2.2. L'aula virtual

Igualment, s'ha posat a disposició dels estudiants una aula virtual (amb recursos sonors i lliçons) que, a més d'afavorir la interactivitat estudiants-professors i estudiants-estudiants, permet als discents comptar amb els instruments complementaris per reforçar els ensenyaments presencials teoricopràctics. Els diferents elements sonors (efectes, músiques, separadors) faciliten el muntatge radiofònic i es converteixen en instruments molt útils a l'hora de desenvolupar les diferents pràctiques docents programades al llarg del curs (creació de falques, publireportatges, descripcions de producte, microespai, etc). Com a recursos sonors, els estudiants tenen a la seva disposició més de 350 efectes i músiques. Per la seva banda, les lliçons (unitats docents que complementen el temari presencial) permeten aprofundir en el coneixement teòric dels conceptes bàsics plantejats dins les assignatures de ràdio publicitària. A la finalització del projecte la plataforma disposava de cinc textos en línia relatius al llenguatge radiofònic i a la gestió estratègica i comunicativa de la comunicació. Sens dubte, l'Aula Virtual es perfila com l'apartat més utilitzat per part dels estudiants en l'elaboració de les seves pràctiques.

2.3. Altres elements formatius

Dins l'apartat formació es posa a disposició dels alumnes recursos pedagògics que permeten introduir sistemes novedosos en la transmissió de continguts, tals com vídeos de classes, conferències, presentacions, etc. Per la seva banda, l'apartat investigació exposa les últimes novetats en recerca dins l'àmbit de la publicitat radiofònica (en el moment de redactar aquest text, els estudiants tenien la possibilitat d'accedir a 6 textos en línia en forma d'article i presentació).

2.4. Bases de dades de creatius, anunciants, agències i locutors

Els alumnes poden conèixer els principals protagonistes de l'entorn publicitari radiofònic del nostre país: quins són els creatius més destacats especialitzats en publicitat radiofònica, els anunciants més actius a nivell d'inversió publicitària dins el mitjà ràdio i les agències que elaboren la majoria dels missatges radiofònics que es poden escoltar diàriament a les diferents emissores. Quant als locutors, els estudiants es poden familiaritzar amb les principals veus del panorama radiofònic. En aquest cas, se'ls ofereix una base de dades audiovisual dels professionals de la locució publicitària radiofònica, amb descripció del perfil de les seves veus, per tal que comencin a conèixer l'ampli espectre de registres acústics i sàpiguen reconèixer les veus portadores del missatge publicitari. En tots els casos, els diferents elements d'aquestes bases de dades vénen identificats a través d'una fitxa descriptiva i amb informació ampliable a través de documents pdf. El setembre de 2007 a l'aplicatiu es podien trobar 113 fitxes documentals: 14 de locutors, 19 de creatius, 37 d'agències i 43 d'anunciants.

Finalment, la plataforma es completa amb un recull de notícies d'actualitat relacionades amb la ràdio i la publicitat i amb una selecció d'enllaços d'interès que permet als estudiants aprofundir en els coneixements sobre la publicitat radiofònica. Al llarg del període de duració del projecte es van introduir prop d'un centenar d'informacions d'actualitat i 60 enllaços de qualitat relatius a estudis de gravació, agències publicitàries i associacions d'empreses publicitàries, creatius i associacions de creatius, anunciants i associacions d'anunciants, emissores de ràdio, recursos en línia dedicats a la formació, enllaços amb centres d'investigació dels àmbits nacional i internacional i publicacions especialitzades.

Cal destacar que dins les assignatures de ràdio publicitària el professorat potencia la integració de la plataforma en línia Publradio.net i del Campus Virtual dins de l'estructura i la dinàmica de funcionament de les diferents classes. Això permet la creació de sinergies que faciliten tant el treball dels alumnes com la resolució de dubtes en l'elaboració de les pràctiques. De la mateixa manera, estableix canals més fluides de comunicació entre professors i alumnes i entre alumnes i alumnes. Així doncs, s'estableix una dinàmica en la qual intervenen tres elements bàsics: les classes presencials, on s'exposen els principals conceptes teòrics i es plantegen les diferents activitats que els estudiants han de portar a terme; la plataforma Publradio.net, on els alumnes poden accedir a recursos que els faciliten l'elaboració de les pràctiques i els treballs i a mate-

rials que els ajuden a complementar els continguts teòrics; i el campus virtual, que funciona com a punt de comunicació i trobada, d'entrega de pràctiques en determinats casos, i que facilita la tutorització dels diferents treballs (es revisen els guions i els brífings de les peces abans de l'elaboració final).

3. Metodologia

L'execució d'aquest projecte d'innovació ha passat per diferents fases metodològiques, entre les quals cal destacar:

3.1. Fase prèvia. Estudi i anàlisi de les necessitats i els requeriments de l'aplicatiu

1. Anàlisi dels exercicis i les pràctiques plantejats dins les assignatures de ràdio publicitària. Identificació dels recursos necessaris que els alumnes necessiten per tal de portar-les a terme.
2. Posada en funcionament del procés de *benchmarking* (avaluació competitiva comparada). Estudi i anàlisi de les millors pràctiques en l'elaboració de plataformes docents en línia i en la construcció de bases de dades. Estudi i anàlisi de les bases de dades sobre publicitat radiofònica que fan servir el BBC Radiophonic Workshop de Londres, l'IRCAM de París i el Museu de la Ràdio i la Televisió de Nova York, per tal d'establir el procés de definició i creació de la nostra pròpia base de dades pel disseny de l'aplicatiu en línia.
3. Concreció dels diferents apartats de la web i dels seus continguts. Identificació dels aspectes que cal millorar, ampliar o rectificar.
4. Estudi dels requeriments tècnics necessaris i previsió de les possibilitats de creixement de la plataforma quant a número d'accessos i volum de material que podria acabar emmagatzemant (això en possibilita i n'assegura el creixement).

3.2. Fase 1. Recerca i elaboració de continguts

1. Recerca de recursos bàsics necessaris per portar a terme les pràctiques (efectes sonors, músiques, separadors, etc.) i integració dins la plataforma Publradio.net.
2. Recerca documental sobre falques radiofòniques.
3. Recerca documental sobre història de la publicitat radiofònica.
4. Recerca bibliogràfica sobre publicitat radiofònica.
5. Identificació de llocs web amb continguts afins i interessants per a la formació dels estudiants. Recerca d'URL susceptibles de formar part de la selecció d'enllaços de la plataforma Publradio.net.
6. Contacte amb creatius, agències i anunciants per obtenir les dades necessàries per omplir les fitxes descriptives i les dades biogràfiques que es poden consultar a la web.
7. Recerca documental per a la confecció del qui és qui en el món de la locució publicitària i estudi psicoacústic per a la catalogació de les diferents veus.
8. Campanya de relacions públiques amb agències i estudis de so per obtenir la col·laboració necessària i les autoritzacions pertinents per a la difusió restringida

en el marc de la UAB de materials sonors de la seva propietat.

9. Confecció de diferents models de pràctiques per a l'autoaprenentatge dels alumnes en el procés de producció de falques radiofòniques.
10. Confecció de diferents lliçons que actuen com a monogràfics sobre conceptes específics relacionats amb la publicitat radiofònica. Funcionen com a complement teòric.

3.3. Fase 2. Incorporació dels continguts i els recursos didàctics dins la plataforma Publiradio.net

1. Disseny informàtic operacional i realització tècnica de la web que constitueix l'aplicatiu en línia en coherència amb els objectius plantejats i amb els continguts que calia emmagatzemar.
2. Integració dels diferents materials als apartats de l'aplicatiu seguint els criteris d'adequació i pertinència. S'incorporen els materials dins la plataforma i es posen a disposició dels estudiants a través de la possibilitat de descàrrega i de l'ampliació d'informació (a través de documents pdf adjunts que es poden descarregar i consultar).

3.4. Fase 3. Difusió i captació de nous col·laboradors per la plataforma

1. Tasca de comunicació. Difusió de l'existència de la plataforma com a eina d'innovació docent més enllà del marc concret de la nostra llicenciatura i de la nostra facultat. Contacte amb docents, investigadors i professionals de la publicitat radiofònica per demanar-ne la col·laboració en l'ampliació dels continguts de la web a través de les seves aportacions (articles, difusió de les seves investigacions, conferències, etc).

3.5. Fase 4. Avaluació de resultats, actualització i manteniment

1. Avaluació dels resultats obtinguts. Avaluació dels diferents exercicis i treballs realitzats pels alumnes en funció del grau d'adequació als objectius marcats (què s'havia de fer) i del nivell de creativitat demostrat en la realització dels treballs (criteri en l'elecció i la utilització dels diferents recursos; bon treball d'elaboració del missatge a nivell de fons i de forma).
2. Quantificació del nivell d'ús de la plataforma d'innovació docent per part dels estudiants de la llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques de la UAB.
3. Incorporació de nous continguts i actualització dels existents.

4. Resultats

Com ja s'ha posat de manifest en altres ocasions (Perona, J.J., Barbeito, M.L. i Fajula, A., 2007), les accions desenvolupades al llarg d'aquests anys de treball han permès al grup assolir els objectius següents:

1. Convertir l'aplicatiu en línia per a la creació de publicitat radiofònica en un recurs docent fonamental en el marc de la metodologia ECTS, en tant que facilita el treball autònom, tant individual com en grup, i fomenta la capacitat creativa, analítica i reflexiva dels alumnes. Des de la seva posada en funcionament, Publi-radio.net ha rebut més de 7.000 visites, una xifra altament satisfactòria per a una web tan específica com aquesta.
2. Aconseguir que la plataforma esdevingui un instrument que afavoreixi l'avaluació continuada dels estudiants en les diferents assignatures de ràdio que s'imparteixen a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, especialment en la titulació de Publicitat i Relacions Públiques. Les estadístiques demostren que els alumnes accedeixen amb més freqüència a la web Publi-radio.net mentre preparen una pràctica, una prova o un exercici de caire teòric.
3. Convertir l'aplicatiu en un complement útil per a les assignatures de ràdio i altres matèries relacionades. Els resultats demostren que els alumnes continuen utilitzant la plataforma a l'hora de realitzar pràctiques on han d'elaborar productes publicitaris radiofònics dins el marc d'altres assignatures. Això evidencia l'adequació transversal de Publi-radio.net i afavoreix la visió holística de la llicenciatura per part de l'alumnat.
4. Facilitar el treball autònom dels alumnes a través de l'autogestió del temps. La plataforma els permet accedir als recursos bàsics per elaborar les seves pràctiques a qualsevol hora i des de qualsevol lloc.
5. Millorar la percepció de la publicitat radiofònica per part dels estudiants. Un cop finalitzat els curss la majoria dels alumnes afirmen que ha canviat d'opinió sobre els productes publicitaris radiofònics i que els «encanta la ràdio». Això pot ajudar a trencar la visió de la ràdio com a mitjà publicitari complementari i de segona fila (Barbeito, M.L. i Fajula, A., 2005).
6. Optimitzar les demandes d'innovació pedagògica que imposa l'entorn digital que estructura l'aprenentatge teoricopràctic dels estudis que ofereix la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB en el terreny de la comunicació radiofònica.

5. Conclusions

Amb el desenvolupament del projecte s'ha aconseguit que els estudiants puguin gestionar bona part del seu procés d'aprenentatge, en tant que són ells els que acaben decidint com aprofitar tots i cadascun dels recursos posats a la seva disposició com a complement a l'ensenyament presencial. Amb l'aplicatiu en línia s'ofereix la possibilitat als alumnes d'interactuar amb una eina que, un cop optimitzada, els permet, per exemple, seleccionar, escoltar, descarregar i manipular un efecte o un fragment musical per a l'elaboració d'una falca, analitzar les veus més representatives de la publicitat radiofònica espanyola i catalana, escoltar i analitzar peces publicitàries històriques, experimentar amb formes creatives de transmissió dels continguts publicitaris radiofònics, conèixer

els resultats de les investigacions més recents sobre publicitat radiofònica o enllaçar amb totes aquelles institucions, grups de recerca, estudis de so, etc., interessats per la publicitat radiofònica.

Per altra banda, *Publiradio.net* és una mostra més del creixement que, gràcies a la convergència tecnològica i, especialment, a la consolidació d'Internet com a plataforma de difusió i inferència de continguts textuals, sonors, visuals i audiovisuals, estan experimentant les iniciatives encaminades a fomentar l'educació en comunicació audiovisual (Oliva, M., 2006). La ràdio, que tradicionalment ha presentat diferents vies d'explotació fora i dins de l'aula, i que s'ha mostrat com un potent instrument complementari i de reforç de l'ensenyament i l'aprenentatge, lidera precisament el conjunt de les experiències que s'han anat desenvolupant en diferents països, que van molt més enllà del seu potencial instructiu i formatiu.

Referències

- ARTEAGA, C.; MARTÍNEZ, C.A.; MEDEL, N.R.; PIÑA, H.I. i SOTO, B. (2004). «La radio como medio para la educación», a *Razón y Palabra*, 36. México.
- BALSEBRE, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra.
- BALSEBRE, A.; RICARTE, J.M.; PERONA, J.J.; ROCA, D.; BARBEITO, M.L. i FAJULA, A. (2006). *Los mitos de la publicidad radiofónica. Estrategias de la comunicación publicitaria en la radio española*. Madrid: Cátedra.
- BARBEITO, M.L. i FAJULA, A. (2005). «La ràdio publicitària: el pes de l'immobilisme», a *Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)*, 22, 49-62. Barcelona.
- GUTIÉRREZ, M. i PERONA, J.J. (2002). *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Barcelona: Bosch.
- OLIVA, M. (2006). «Panorámica de la educación en comunicación audiovisual», a *Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)*, 25, 29-40. Barcelona.
- PERONA, J.J. (2001). «Radio escolar en Internet: un proyecto pedagógico para la era digital», a *Red Digital. Revista de Tecnologías de la Información y Comunicación Educativas*. Núm. 1. Disponible a: <http://reddigital.cnice.mec.es/1/>. Madrid: Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa.
- PERONA, J.J., BARBEITO, M.L. i FAJULA, A. (2007). «Radio: nuevas experiencias para la educación en comunicación audiovisual (en prensa)», a *Actas del 5º Congreso de la SOPCOM*. Universidade do Minho. Braga: 6-8/09/2007.

Enllaç d'interès

- Web de la innovació: <http://www.publiradio.net> [2008]

Paraules clau

Crèdits ECTS, ràdio publicitària, creativitat, en línia.

Finançament

Convocatòria AGAUR (Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca): ajuts per al finançament de projectes per a la millora de la qualitat a les universitats catalanes per als anys 2003-2005 (MQD). Núm. Expedient: 2005 0096.

Materials complementaris del CD-ROM

Demostració de la web *PUBLIRADIO*: recorregut virtual pels apartats de notícies, hemeroteca, qui és qui, investigació i docència, enllaços i sala de premsa.

Responsable del projecte

Armand Balsebre Torroja

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

armand.balsebre@uab.cat

Presentació del grup de treball

Publiradio és un grup universitari d'investigació format l'any 2002 i constituït per cinc professors del departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la UAB. Està especialitzat en la investigació de la publicitat radiofònica i, des de la seva fundació, treballa per un major reconeixement de la ràdio com a mitjà publicitari.

Publiradio

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

<http://www.publiradio.net>

gr.publiradio@uab.cat

Membres que formen part del projecte

José María Ricarte Bescós

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

joosemaria.ricarte@uab.cat

Juan José Perona Páez

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

juanjoseperona@uab.cat

Mariluz Barbeito Veloso
Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat
Facultat de Ciències de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona
mariluz.barbeito@uab.cat

Anna Fajula Payet
Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat
Facultat de Ciències de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona
anna.fajula@uab.cat

